



Universidad Zaragoza

TRABAJO FIN DE GRADO

MAGISTERIO EN EDUCACIÓN PRIMARIA

LA RETÓRICA

El arte de la persuasión como la llave de la educación en la sociedad

AUTOR

Pablo Guía Royo

DIRECTOR

Isaac Gómez Laguna



Zaragoza, febrero de 2023.

Especial dedicatoria a Isidro Guía Mateo (1931-2010)

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN. (4)
2. ACERCAMIENTO Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA RETÓRICA: QUÉ ES, QUÉ USOS TIENE Y SU ORIGEN. (4-8)
 - 2.1. QUÉ ES, QUÉ USOS TIENE. (4-6)
 - 2.2. SU ORIGEN. (6-8)
3. RETÓRICA EN LA SOCIEDAD DE LA INCLUSIÓN. (8-17)
 - 3.1. EL DISCURSO DE LO POLÍTICAMENTE CORRECTO. (8-10)
 - 3.2. RETÓRICA MEDIÁTICA. (10-15)
 - 3.2.1. INTRODUCCIÓN AL LENGUAJE DE LA PRENSA. (10-12)
 - 3.2.2. ENTREVISTA A Raquel Holgado Cárdenas (redactora en *20 minutos*). (12-15)
 - 3.2.3. PREGUNTA DE CONCLUSIÓN (ENMARCADA EN LA ENTREVISTA). (15)
 - 3.3. RETÓRICA POLÍTICA. (15-17)
4. RETÓRICA JURÍDICA: PERSUASIÓN, LEGALIDAD Y MORALIDAD. (17-23)
 - 4.1. LA ORATORIA COMO PILAR FUNDAMENTAL DEL DERECHO. (17)
 - 4.2. ENTREVISTA A Carlos Enrique Guía Marqués y M^a del Carmen Royo Rabadán (abogados fundadores del despacho *Guía-Royo Abogados*). (17-22)
 - 4.3. RETÓRICA JURÍDICA: CONCLUSIÓN. (22-23)
5. CONCLUSIONES. (23-24)
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS. (24-26)

RESUMEN

La retórica es una herramienta cuyo propósito ha influido notablemente en el desarrollo de la sociedad. Desde sus albores en la Antigua Grecia hasta la actualidad, diferentes personalidades se han valido de la retórica actuando detrás de un objetivo común, la persuasión de un público concreto. En una sociedad que, entre otros valores predominantes, la inclusión toma un gran protagonismo, hemos comprobado cómo la retórica ha actuado desde un punto de vista que a menudo ha girado en torno a lo políticamente correcto. De esta forma, hemos analizado cómo esa retórica de índole correctista está presente en diferentes ámbitos, como los medios de comunicación o la política. Por otro lado, hemos observado el funcionamiento de la retórica en uno de los campos que más interacción y dialéctica alberga en sí: el derecho. En el entramado jurídico las estrategias léxicas y lingüísticas de los oradores resultan cruciales acorde con los intereses legales de cada situación. Así, tanto para el ámbito mediático como jurídico, dos entrevistas ayudan a reflejar los efectos de la retórica en sus áreas de actuación.

PALABRAS CLAVE

Retórica, persuasión, política, periodismo, oratoria, sociedad.

ABSTRACT

Rhetoric is a tool whose purpose has greatly influenced the development of society. From its beginnings in Ancient Greece to the present day, different personalities have made use of rhetoric acting behind a common goal, the persuasion of a specific audience. In a society in which, among other predominant values, inclusivity plays a major role, we have seen how rhetoric has acted from a point of view that has often revolved around political correctness. In this way, we have analyzed how this rhetoric of a corrective nature is present in different spheres, such as the media or politics. On the other hand, we have observed how rhetoric works in one of the fields that contains the most interaction and dialectics: law. In the legal framework, lexical and linguistic strategies of the speakers are crucial according to the legal interests in each situation. Thus, for both the media and the legal sphere, two interviews help to reflect the effects of rhetoric in their areas of action.

KEY WORDS

Rhetoric, persuasion, politics, journalism, oratory, society.

1. INTRODUCCIÓN

El presente documento tiene como objetivo establecer un análisis de la retórica como agente educador y de convencimiento, y se habla de agente educador, dado que no únicamente hallamos patrones educativos dentro de las aulas, sino que hay más vida fuera.

Así, contando con la multiplicidad de ámbitos sobre los que actúa el más que consolidado arte de la retórica, veremos como esta es capaz de marcar los discursos jurídicos, políticos, mediáticos y sociales en general.

Comenzando desde su génesis, en el derecho de la Antigua Grecia, comprobaremos de qué manera ha evolucionado; nos cercioramos de las similitudes y diferencias que comparten sus distintos campos de aplicación.

Se han realizado entrevistas a personalidades del mundo del derecho y el periodismo para conocer más de cerca y objetivamente qué supone la retórica en sus respectivos oficios, qué trazado de la misma es el que dibuja y difumina las tendencias discursivas.

Se pretende sintetizar, también, cómo esta disciplina actúa dentro de movimientos sociales emergentes, como la corrección política (no es un movimiento como tal, sino una forma de modular el discurso concreta), tratando siempre de detallar las críticas y análisis en la vertiente más neutral y objetiva posible.

Tiene lugar a su vez una continua valoración de la incidencia de la retórica en cuestiones de trascendencia como la moralidad, el juicio o los rasgos comportamentales de la sociedad. De esta forma, una vez visualizada y estudiada la investigación, el lector podrá asimilar que la retórica se dedica tanto a la elaboración de discursos persuasivos eficaces como a la teorización sobre el modo en que estos discursos nacen.

La retórica constituye la primera reflexión sobre el discurso o utilidad lingüística al servicio de una intencionalidad firmemente comunicativa: el propósito del orador es convencer a su audiencia de su opinión en aras de orientarla hacia una determinada forma de actuar. Será, por tanto, una disciplina teórica y aplicada.

2. ACERCAMIENTO Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA RETÓRICA: QUÉ ES, QUÉ USOS TIENE Y SU ORIGEN.

2.1. QUÉ ES, QUÉ USOS TIENE

La sociedad, desde sus comienzos hasta la actualidad, ha acuñado una gran cantidad de caminos para poder expresar su pensamiento. Así, el más puro romanticismo de la lengua ha sido capaz de comunicar que, a través del doble filo que supone el paso del tiempo, la

importancia de un mensaje no se reduce únicamente al contenido que el mismo pueda acarrear, sino también a la forma en que se pretende expresar. Así, es cierto que a menudo centrar la intencionalidad de un discurso en el “cómo” más que en el “qué” puede generar un giro significativo en los efectos que directamente se producen al ser recepcionado por otros interlocutores.

Por ejemplo, cuando los medios de comunicación se prestan a compartir una noticia de gravedad con el público, estos pueden llevar a cabo la labor de diferentes maneras. De esta forma, no tendrá el mismo impacto en los oyentes relatar lo siguiente:

- “Mujer guardia civil muere tiroteada en el cuartel de su localidad a mano de dos compañeros en acto de servicio. La hija de la mujer, que se encontraba con ella, no ha sufrido ningún daño afortunadamente”.
- “Abatida la guardia civil que presuntamente se iba a suicidar con su hija de 3 años en brazos cayendo desde el balcón. La acción fue tomada por parte de dos compañeros del cuartel de la localidad”.

Este, entonces, es un claro ejemplo de cómo un discurso (que en todo momento mantiene firme el mensaje principal, que es una guardia civil abatida por dos compañeros) puede variar su intencionalidad en función de la forma en que es relatado, pues en el primer caso la mujer en cuestión es una víctima totalmente; mientras que en el segundo, la mujer es víctima de los disparos a causa del comportamiento que estaba a punto de ejecutar. En este caso, la reacción o los sentimientos de los interlocutores que reciben la noticia son radicalmente diferentes con respecto al primer caso, pues la mujer abatida pasa de ser una víctima a ser una mujer con problemas mentales que pretendía no solo quitarse la vida a sí misma, sino también a su hija menor de edad. Por tanto, claro está que la forma de emitir y divulgar información es la placa base del verbo *comunicar*, pues en la acción que este designa intervienen tanto quienes comunican como quienes escuchan, y el receptor a menudo está sujeto al sesgo confirmatorio si no tiene la capacidad, la voluntad o los medios para juzgar lo que visualiza.

Así, como afirma Guía Marqués (2023), si no se proporcionan absolutamente todos los datos acerca de una información, se está manipulando la información, y por lo tanto se manipula al receptor. Tan viejo como que el mundo es mundo..

La forma en que se plantea un discurso no cambia el contenido de su mensaje inicial para quien ha de comunicarlo, pero sí lo hace para aquellos dispuestos a abrazarlo y juzgarlo.

De esta forma, todo esto y más dio sustancia a lo que hoy denominamos *retórica*. Es un concepto que no se orienta hacia lo que puede ser un discurso elocuente, sino a la habilidad académica del habla, que es distinto. Por tanto, es conveniente saber discernir la retórica de la

elocuencia (hablar bien, elaborar discursos de calidad, que puede ser algo innato) y de la oratoria (concebida como género literario).

La retórica encuentra su cuna en la Antigua Grecia, en una sociedad y una época que marcan un antes y un después en las concepciones y usos del raciocinio por parte del ser humano. Por tanto, será de suma relevancia trazar un análisis del concepto desde sus albores.

2.2. SU ORIGEN

Como se puede intuir del epígrafe anterior, la retórica es un concepto práctico acuñado en la Antigua Grecia.

Lo que conocemos como retórica nace en torno al año 485 a.C., en Siracusa, en el momento en que Gelón y Hierón I (quien sería su sucesor) expropiaron terrenos a sus ciudadanos para entregarlos a cargos militares. De forma posterior, en los albores del sistema democrático griego y el cese de las tiranías, aquellos que un día se vieron perjudicados trataron de recuperar sus posesiones, y todo ello se tradujo en una concatenación de pleitos que fueron capaces de resaltar la importancia de la elocuencia para dar respuesta a las demandas planteadas.

De esta manera, el origen de la retórica, originalmente, no se vincula con un ámbito literario sino judicial, y se liga directamente al terreno político, debido a que el concepto de retórica nace en la palabra pública y libre.

Así, ante la más que apreciable eficiencia de la correcta argumentación oral, en torno al 450 a.C. Córax de Siracusa elabora un sistema comunicativo con el fin de hablar delante de la asamblea política buscando el objetivo de la persuasión.

De aquellas, un discípulo suyo (Tisias) lo divulgó por Grecia. En consecuencia nacieron dos de las tres categorías que conforman la retórica clásica: judicial y deliberativa. Poco más tarde aparecería la tercera categoría, que tenía como objetivo la adoración de las virtudes de un difunto, un discurso funerario en resumidas cuentas. Esta categoría, que posteriormente se trasladó también a cualquier aspecto de la sociedad (no sólo el ámbito funerario) recibe del nombre de epidíctica.

Así, a medida que el siglo V a.C. avanzaba, la retórica demostró su utilidad como herramienta política en el régimen democrático. Fue una herramienta divulgada por profesores conocidos como sofistas, entre los cuales Protágoras y Gorgias gozaron de gran protagonismo.

Protágoras dejó una cita para la memoria: “el hombre es la medida de todas las cosas”.

Es una premisa que otorga sentido y lógica a la retórica sofista, pues enuncia el hecho de que el ser humano constituye la norma de lo que es verdad para sí mismo, lo que también

implicaría que la verdad es relativa a cada quien. De este modo, considerando principalmente el punto de partida de la verdad relativa en los hombres, la forma de enfocar un discurso se ve altamente condicionada por las múltiples interpretaciones que este pueda emanar, tanto por su elaborador como por sus receptores. Por tanto, si el emisor conoce mínimamente las predilecciones e inquietudes del público (singular o plural) al que va a dirigir su discurso, será capaz de emular proposiciones que tengan la astuta habilidad de satisfacer las necesidades que enfrenta.

De acuerdo con Padilla Burgos, C.A. (2022, 197) los sofistas se interesaron por la retórica y el estudio del lenguaje. Su sistematización fue posible en el contexto y como consecuencia de estudios que los sofistas efectuaron acerca de variados asuntos, como el uso correcto del lenguaje, la gramática, el poder persuasivo del lenguaje, la ontología del lenguaje, el aspecto formal de la discusión y el análisis de los argumentos, entre otros.

Así, los planteamientos retóricos iniciales (y sus respectivas críticas) pueden ser algo que no dista tanto de la realidad actual (pues nace en un contexto político), en el “modernizado” siglo XXI, una acequia más del tiempo que es regada con las aguas nacidas en el manantial de la inmediatez.

Si el individuo se muestra presto a observar los diferentes programas electorales que son anunciados en las vísperas a las elecciones partitocráticas, verá que los horizontes de todas las agrupaciones políticas son casualmente similares, pues en todos ellos reina la generalidad (en donde indiscutiblemente se establece un diálogo tácito del político con el votante al “contemplar” necesidades emergentes, nacidas, nuevamente, de la generalidad). Por tanto, el discurso que tenga el fin de persuadir a un público (ya sea actual o anterior) podría estar regido por dos elementos fundamentales:

- La reflexión previa al discurso, un factor especialmente relevante, ya que gracias a él el emisor del discurso podrá abordar de manera proactiva cuestiones notorias como la reacción del oyente a sus enunciados. Además, en los tiempos que discurren actualmente, cuidar el tono y las formas del discurso será, más que nunca, beneficioso para el emisor en tanto que podrá evitar la ofensa hacia los demás interlocutores, dado que la irascibilidad, la dignidad frágil y el orgullo irracional son sentimientos que a menudo toman el control del raciocinio en nuestros días, a su vez armando un muro que impide observar más allá de los límites que traza; un muro que, en el interior de cada mente pensante (y las verdades relativas de cada quien), pincela un atisbo de discernir entre el favor y la calamidad.

- Por otro lado, los valores de una sociedad. Estos constituyen el pilar sobre el que se sostiene la vivienda del entendimiento. Los valores, precisamente, se erigen como aquello que más se asemeja a la vara capaz de medir la moralidad de una sociedad. De tomar esta hipótesis como válida, es universal en el proceso de la retórica conocer y habituarse a los valores que comparte una mayoría o, como es muy común en el siglo XXI, una minoría tan defendible y validable como el resto de mayorías.

Llegados a este punto, una conclusión plausible acerca de la dicotomía establecida entre la Antigua Grecia y la actualidad es que la corrección política alimenta el hambre de asesoramiento y orientación entre las masas. Esto se debe a que la retórica del convencimiento contempla severamente la persuasión por encima de todo objetivo, y cubriendo la necesidad de todas las verdades relativas, es como se gesta progresivamente la inclinación de los receptores hacia el emisor, a lo que añado una frase: las verdades relativas, como todo error relativo, tenderán finalmente a converger en una verdad absoluta, así como el error relativo busca un absoluto. La diferencia está en que los errores matemáticos se fundamentan en una ciencia exacta, mientras que la verdad, efectivamente, es tan subjetiva como el individuo que la formula.

Así pues, a raíz de las problemáticas analizadas en el primer apartado de este documento, hemos considerado relevante dedicar una sección a la corrección política, quedando reflejada su aparente relación con la retórica y la persuasión.

3. RETÓRICA EN LA SOCIEDAD DE LA INCLUSIÓN.

3.1. EL DISCURSO DE LO POLÍTICAMENTE CORRECTO.

“Políticamente correcto” es un concepto (o más bien una caracterización) que el ser humano acostumbra a escuchar y tener en cuenta, especialmente cuando toma la pecaminosa decisión de emitir un juicio sobre algo o alguien. No obstante, dado que la retórica abraza la inclusiva relatividad de las verdades, definir propiamente la corrección política puede ayudar a realizar valoraciones posteriores.

El término “corrección política”, según Bazán, J.L. (2015, 172), se define como una estrategia que busca la adquisición a través del secuestro del lenguaje. Aunque esta pueda parecer una definición algo pesimista, más tarde hace alusión a una definición distinta, en donde explica que se trata de un conjunto de normas sociales que establecen lo que se considera aceptable o inaceptable en términos de lenguaje y comportamiento, especialmente en relación a temas sensibles como la raza, el género, la orientación sexual o la religión, entre otros.

De todo ello podemos relacionar que ese discurso de respeto tiene algo que ver con mostrar lo que a ojos de muchos puede considerarse buena educación. Así, el desarrollo de un discurso políticamente correcto encuentra su fundamentación en una clara vía inclusiva de la educación, no solo en el interior del aula, sino también en todos los aspectos de la sociedad que juegan un papel importante en la educación de los individuos de forma extracurricular, el llamado currículum “oculto”. La inclusión, la integración, la diversidad y muchos otros conceptos que cada vez son más mencionados en esta sociedad “modernizada” son, al frente de esta perspectiva, los tutores legales de la corrección propiamente dicha. Por tanto, definir esos términos ayudará significativamente a entender el funcionamiento y desarrollo de un discurso políticamente correcto:

- **Inclusión:** Según apunta la UNESCO, la inclusión se trata de un enfoque que responde de forma positiva a la diversidad de personas y a las diferencias individuales, partiendo de la base de que la diversidad no supone un problema, sino todo lo contrario, una oportunidad de la sociedad para enriquecerse, por medio de la educación, el trabajo o cualquier situación que requiera de interacción social.
- **Integración:** Corti, A. M. (2000, 92) menciona que es necesaria la comunicación entre distintos que aspiran a estar integrados. Por tanto, se entiende que la integración se arma como un proceso mediante el cual distintos grupos sociales se relacionan y se incorporan en una sociedad de manera equitativa y justa.

La inclusión, en cambio, trata de adaptarse a las personas en lugar de ser ellas quienes se adapten.

- **Diversidad:** En el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (2001) se define diversidad como “variedad, desemejanza, diferencia”. Así, podemos concluir en que la diversidad acoge a todas aquellas representaciones humanas que reflejan variedad o diferencia con respecto a lo ya establecido.

Ahora bien, estos son términos que a priori no albergan maldad alguna, pues están dirigidos hacia la cada vez más acelerada modernización de la sociedad en base al progreso. No obstante, basta con teclear en búsqueda de críticas hacia estos términos (que también actúan como movimientos sociales) para cerciorarse de la falta de recursos en pos de la contraargumentación frente a ellos. Es un hecho que despierta la curiosidad cuanto menos. Quizás exista un interés recapacitado y generalizado en siquiera imaginar qué sería de conceptos como los susodichos si fueran cuestionados.

Las verdades relativas, un tópico exaltado con frecuencia en este documento, pierden su notoriedad al aparecer dudas relacionadas con estos conceptos modernizados.

Cuestionar, dudar o siquiera juzgar lo políticamente correcto posiciona al sujeto en una tesitura delicada cuanto menos, pues a ese cargo de conciencia se le suma el favor de la sociedad a todo aquello que se pretende mirar con lupa, lo cual convierte el juicio (que es un acto tan libre como cualquier otro) en un procedimiento censurable y revisable moralmente.

Esta es la retórica escondida no únicamente en los planteamientos de corrección política, sino en toda aquella premisa o punto de partida que albergue un interés popular de trascendencia.

En conclusión, la corrección política se erige, a rasgos generales, como la idea de evitar necesariamente el lenguaje o las acciones que puedan ofender o marginar a ciertos grupos de personas. Este término no tiene por qué ser generalista, pues abarca multitud de campos sobre los que actuar.

Manjón Pozas, F.J. (1997, 319) ya hizo mención a los aspectos semánticos y léxicos del lenguaje políticamente correcto; eso sí, en la lengua inglesa (lo cual no impide que sus ejemplos sirvan de referencia). Establece una distinción con algunos ejemplos de lo que es o no políticamente correcto:

- PC: African-American, person of size, longer-living, sex surrogate.
- No PC: Black, fat, old, prostitute.

De acuerdo con Manjón Pozas, desde el punto de vista del contenido, el rasgo general común a gran parte del léxico políticamente correcto es su carácter claramente eufemístico. Así, gran parte del léxico políticamente correcto lo integran términos “suaves” de nueva acuñación que sustituyen a otros considerados como (potencialmente) “duros” u ofensivos para ciertos grupos.

En el siguiente apartado, concluyendo este mismo, trataremos de analizar la retórica del periodismo entendida en un contexto de inclusión y lenguaje políticamente correcto. De este modo, consideramos importante conocer la relación entre el ámbito mediático y la corrección política. En consonancia con Fundéu (2011, 3), el VI Seminario Internacional de Lengua y Periodismo discutió precisamente este tema. Según las conclusiones del seminario, la responsabilidad del periodista frente al lenguaje del poder y el lenguaje políticamente correcto se centra fundamentalmente en la honestidad comunicativa. Así, como venimos analizando, el lenguaje políticamente correcto busca un discurso neutro y la no discriminación, así como la integración de las minorías. Por otro lado, se menciona que los periodistas se están convirtiendo en los nuevos arquitectos de catedrales emocionales cuya argamasa es la espectacularización y el culto a la emoción, y que hay valores que no pueden estar sujetos al estado de ánimo de la población. En resumidas cuentas, el periodismo y la

corrección política guardan una compleja conexión y esta puede variar en función del enfoque y la ética periodística.

3.2. RETÓRICA MEDIÁTICA.

3.2.1. INTRODUCCIÓN AL LENGUAJE DE LA PRENSA

Según apunta Sánchez Manzanares (2007) la actualidad alberga un uso léxico (y su respectiva connotación) capaz de estructurar la aprehensión de una destacada situación social que forma parte del mundo que conocemos, de un entorno cognitivo común, y que se erige como un elemento constitutivo de un tipo de texto argumentativo que comparte similitudes con la retórica de la comunicación colectiva.

De esta manera, en cuestiones léxicas, los medios de comunicación tratan de articular la comunicación colectiva cotidianamente, creando estereotipos que advierten y sensibilizan a la colectividad en relación a variedad de ámbitos sociales, políticos y culturales de una misma comunidad. Así, el punto sobre el que centrar los esfuerzos iría acercándose a una manifestación elocutiva de la macroestructura textual en la comunicación periodística. Sánchez alude a la configuración de escenarios de actualidad y cómo ésta propicia contextos discursivos en los que se instauran usos denominativos nuevos de una realidad modificada por un acontecimiento de repercusión social. Debido a todo ello, los contextos sociales configuran a su vez contextos discursivos que engendran nuevos modelos comunicativos, los cuales van estableciéndose progresivamente, revelando entonces la clara interacción que se da entre discurso y sociedad.

Por tanto, una conclusión plausible podría extraerse a raíz de obviar la relación del léxico con toda la retórica (en este caso la retórica periodística).

Prueba de ello son algunas aclaraciones de Eliana Martínez Valencia en su *Análisis del léxico empleado en los titulares de la prensa popular colombiana*. El léxico tiene gran importancia dentro del periodismo, ya que los titulares y el lenguaje utilizado en las noticias pueden influir en la percepción que los lectores tienen de los hechos. Así, según Martínez Valencia, E. (2012, 214):

Al leer el periódico *Q'hubo* el lector puede observar grandes titulares y subtítulos cargados muchas veces de un juego retórico donde se ve un humor grotesco crítico e irónico. A esto se suma que casi la totalidad de los hechos noticiosos están formulados en un lenguaje coloquial y un registro informal. El diario se vende gracias a la atracción que ejercen sus portadas, a la incorporación de un registro coloquial tomado de la oralidad, al empleo de un lenguaje creativo y en ocasiones humorístico y por supuesto a las noticias insólitas que presenta. Todos estos elementos conforman el eje principal de todas sus ediciones.

La retórica, entonces, tiene un papel crucial en el trazado mediático, pues la persuasión del lector y la transmisión efectiva de información son los pilares sobre los que se sustenta. A menudo los medios de comunicación (casi en su totalidad digitales) explotan este cometido, y lo hacen por medio de estrategias como el “clickbait”, que se basa en elaborar titulares cuya información tenga la capacidad absoluta de llevar al consumidor a adentrarse en la página web en concreto.

De todo ello y mucho más nos habla Raquel Holgado Cárdenas, natural de Viladecans, licenciada en Periodismo en la Universidad de Zaragoza, actualmente trabajando como redactora en el periódico *20 minutos* y cursando un Máster Universitario en Comunicación Social de la Investigación Científica por la Universidad Internacional de Valencia (VIU).

3.2.2. ENTREVISTA A Raquel Holgado Cárdenas (redactora en *20 minutos*).

Pablo Guía (entrevistador): **¿Qué influencia crees que tiene la retórica en el periodismo? A su vez, ¿afecta significativamente la economización del lenguaje a cómo un discurso transmite según qué mensaje?**

Raquel Holgado (entrevistada): El periodismo no se sustenta si no hay nadie que lo lee, escucha o ve de manera activa. Es ahí donde creo que entra en juego la retórica, porque el periodista o profesional en la comunicación, desde que entra en el oficio, debe tener el interés de intentar captar la atención o persuadir al público objetivo del medio para el que escribe. Si un periodista únicamente presenta los hechos sin aportar un distintivo frente al resto de compañeros de profesión, posiblemente no sea lo suficientemente interesante como para las personas decidan dirigirse a su publicación, a no ser que sean los que han dado la exclusiva. Incluso si son los primeros en informar sobre un tema, la objetividad no estará presente porque hay factores que condicionarán a qué se cuenta y qué se omite. Por ejemplo, el límite de palabras o tiempo: en la web para no cansar al usuario con una avalancha de sobreinformación, y en papel, en los telediarios, en los boletines informativos o programas por importancia frente a otras noticias de actualidad. Este ejemplo que he puesto obliga a desechar algunos datos o solo mencionarlos mientras se adornan con el lenguaje o se les da más relevancia a otros y, ahí, aunque sea indirectamente, la retórica está presente.

Un factor clave que atañe a los medios de comunicación digitales, que actualmente son los que dan de comer a la mayoría de comunicadores, es el posicionamiento SEO en Google. Los periodistas podremos estar más o menos de acuerdo con ello, pero cometemos incoherencias con las buenas prácticas del periodismo. Mientras en la prensa escrita el titular de una noticia debe informar de lo importante de forma concluyente, la prensa digital tiende a omitirlo y recurrir a lo que comúnmente se conoce como clickbait. Aquí, hay que jugar con el poco

espacio del que se dispone, pero emplear también la retórica para invitar al internauta a que pinche y entre en la web. Con ello, te intentas asegurar de que la publicación se encuentre en las principales opciones cuando se busca sobre el tema en Google u otros motores de búsqueda que funcionan de forma similar.

Dentro de la noticia, también es importante repetir palabras clave que se sabe que se buscan más en Google gracias a herramientas como Google Trends, pero sin abusar, porque eso se tiene en cuenta. Otro factor que se valora para posicionarse entre los primeros resultados de búsqueda es que el usuario se quede más tiempo en la página o que se comparta. En definitiva, que interese al usuario. Por eso, hay que embellecer la escritura, recurriendo en muchas ocasiones a la retórica directa o indirectamente, pero también hay que economizar el lenguaje para intentar que el usuario comprenda mejor la información y el mensaje que se da. Esto sirve tanto para posicionar la noticia en sí como para fidelizar al lector: si le gusta tu forma de redactar y le ayudas a entender una noticia de actualidad con su contexto y demás factores de forma sencilla, puede que la próxima vez busque tu medio directamente en el buscador para otros temas que quiera conocer o comience a seguirte en redes sociales para mantenerse actualizado.

Pablo Guía (entrevistador): Considerando que cada medio de comunicación tiene una retórica distinta (aunque en aspectos generales muy similar a los demás medios), ¿qué capacidad de influjo en el discurso mediático tiene la preferencia del consumidor?

Raquel Holgado (entrevistada): Con respecto a la afirmación inicial de tu pregunta, he de decir que por tema posicionamiento SEO, en líneas generales, se sigue una misma retórica para buscar que el público general clique. Por ejemplo, si en redes sociales ves que la mayoría de usuarios se posiciona a favor de la eutanasia, es posible que te convenga dar ese discurso para atraer a más gente o que te autocensures para evitar el hate a tu medio o a tu persona. Hay excepciones, claro está, si el medio de comunicación busca que su marca diferenciadora sea la de contradecir para viralizarse, como es el caso de Mediterráneo Digital, que justo logra posicionar sus noticias por titulares polémicos que se citan mucho en Twitter por personas que rechazan su versión.

Hay medios de comunicación cuyo principal atractivo para su consumidor medio es su posicionamiento ideológico. Un usuario acudirá a El Mundo si busca una ideología liberal, a elDiario.es para información de una vertiente de izquierdas, al ABC o la Razón si son de derechas, a El Punt Avui en el caso de que quieran una perspectiva ligada al independentismo catalán...

El consumidor recurre a un medio concreto con la idea de encontrar una información sesgada que le dé la razón o que le ayude a justificar la opinión que tiene con respecto a un tema. De ese modo, también es posible que el periodista pique de pensar en ese tipo de lector a la hora de redactar sobre la noticia. Es decir, el profesional en comunicación puede tener en mente la idea de dar la razón o de ayudar a justificar la opinión a su público diana. Esto no es conveniente, porque lo ideal es ofrecer un multiperspectivismo de un tema de actualidad, pero existen casos y, por ello, el público sabe a qué medio acudir para encontrar una perspectiva ideológica dependiendo de sus preferencias. Aunque esto ocurra, he de señalar que no pasa tanto como se piensa y que los artículos y columnas de opinión o los editoriales son los que realmente dan a un medio la fama de ser de derechas o de izquierdas.

Pablo Guía (entrevistador): **¿Es la economización del lenguaje la herramienta retórica más efectiva en un medio de comunicación? ¿O existe una opción diferente que también sea capaz de ajustarse a un discurso atractivo y persuasivo?**

Raquel Holgado (entrevistada): La economización del lenguaje está presente en el periodismo como una forma de hacer llegar la información de manera sencilla al lector más que como método de retórica. Lo que nos enseñan en la carrera a los profesionales de la comunicación es intentar usar lo menos posible subordinadas u oraciones en pasiva. Eso se intenta mantener en mayor o menor medida, pero, a veces, utilizar frases hechas, refranes o figuras literarias ayudan a captar la atención del usuario, a engancharlos a tu forma de escribir por emplear lo que podríamos considerar un lenguaje más propio de la literatura. Si el objetivo es intentar persuadir al lector, es importante que se quede hasta el final y presentar la información como un ‘sota, caballo y rey’, como nos enseñan en la carrera, no siempre funciona en la práctica. Lo que se reservaba antiguamente a los reportajes más producidos, se utiliza también en noticias de 300-400 palabras. A esto se le llama noticia reportajeada e intenta que el consumidor siga sumergido en la lectura hasta el final.

En los telediarios o en los boletines informativos, donde el tiempo sigue siendo clave, es donde la economización del lenguaje se presencia mucho. En solo un minuto, y a veces incluso menos, hay que contextualizar una noticia y contarla de forma comprensible.

En la radio yo creo que es donde tiene menos cabida otro tipo de adornos, porque el tiempo es el que es, y si se quiere explicar con más detalle, lo ideal es emplear más espacio en un programa especial o en un reportaje que lleve más tiempo.

En la televisión, lo que no se puede decir en palabras, se cuenta con imágenes o gráficos. Puede que el periodista solo tenga un minuto para locutar una noticia y tenga que economizar mucho en palabras su discurso. Las imágenes no solo sirven para acompañar a lo que se

cuenta, sino para informar de lo que se omite de manera oral. Por ejemplo, cuando un experto habla frente a la cámara, no se le presenta oralmente, basta con colocar un rótulo debajo con su nombre y su profesión.

3.2.3. PREGUNTA DE CONCLUSIÓN (ENMARCADA EN LA ENTREVISTA)

Pablo Guía (entrevistador): *En conclusión, dada la información que nos has aportado, ¿dirías que el periodismo y todo el ámbito mediático actual guarda algún tipo de relación con el discurso políticamente correcto (ya que hemos concluido en que las preferencias del consumidor son importantes)?*

Raquel Holgado: (entrevistada): Considero que en su amplia mayoría los periódicos busca un lector generalista, por lo que va a perseguir una opinión políticamente correcta, entre otras cosas para evitar la cancelación social o el escarnio público. Sus ingresos, al fin y al cabo, dependen de ser correctos en ese sentido; aunque por otro lado, existen periódicos que buscan justo lo contrario: la fidelización de aquellos afines a discursos políticamente incorrectos o menos correctos. Un ejemplo de ello, como he mencionado anteriormente, es el periódico “Mediterráneo Digital”. Sin embargo, no creo que seguir este patrón no es una actuación llevada a cabo de forma directa (a sabiendas de las más que posibles consecuencias, tanto positivas como negativas). Uno de los ejemplos más recientes que podría señalar acerca de periodismo políticamente correcto es el caso de Luis Rubiales con Jennifer Hermoso, en el que las primeras publicaciones sociales al respecto giraban en torno a una índole más humorística, y días después pudimos ver una tendencia más crítica.

3.3. RETÓRICA POLÍTICA

En esta sociedad que consideramos altamente influenciada por el concepto de inclusión social (como hemos podido observar anteriormente), la política es un hilo comunicador del pueblo, y la retórica, por su parte, es el conjunto de mecanismos lingüísticos que posibilita la existencia de ese hilo comunicador. Ahora más que nunca, el discurso políticamente correcto se vale de variedad de estrategias retóricas para transmitir su propio mensaje, no representado oficialmente, pero sí, a mi juicio, interiorizado de forma casi sistemática en las pláticas políticas.

De todas formas, es un campo complejo cuanto menos, y para abordarlo hemos considerado importante conocer en profundidad la relación entre política y retórica. Para ello, José J. Jiménez Sánchez publicó en 2020 *La retórica como política*, documento que servirá de referencia en este epígrafe.

Acorde con lo postulado por Jiménez Sánchez (2020, 133), Aristóteles sostuvo la diferencia entre el saber científico (que se ocupa de lo necesario e indiscutible) y el propio de una

facultad como la retórica (que se ocupa de las opiniones comunes a la mayoría de los miembros de una sociedad, con el fin de persuadirlos).

El filósofo griego tiene presente el mundo de manera plena, y sólo en él tiene lugar la discusión política. Esta postura es defendida pese a que no se posea universalmente una ciencia política que establezca como incuestionable el fin de la sociedad, ni una ética capaz de definir el bien absoluto, ni tampoco se conoce una ley indiscutible, la ley común establecida por la naturaleza.

Esta, por tanto, sería la razón por la que podemos encontrarnos en un entramado que no acoge a la política como ciencia “al modo aristotélico”, sino únicamente la retórica, entendida ahora como política, un ámbito en donde absolutamente todo es debatible sin la imperativa necesidad de poseer un criterio cuyo papel sea crucial para orientar una discusión.

De esta forma, llegados a este punto, pueden surgir varias cuestiones, a las que Jiménez Sánchez da respuesta.

Una de ellas tiene que ver con cómo la retórica puede ayudar a los políticos a persuadir a la opinión pública. De acuerdo con Jiménez Sánchez (2020, 135), la retórica puede ayudar a los políticos en este sentido, al usar conocimientos para convencer a un auditorio y hacer que sigan las propuestas del orador. Este debe tener en cuenta la opinión de los ciudadanos al plantear sus proposiciones y tratar de persuadirlos. Además, menciona que todas las materias a las que se refiere la retórica se relacionan con la opinión, por lo que se debe actuar con cautela.

Por otro lado, una pregunta que he visto pertinente formular se vincula a los desafíos que enfrenta la retórica como política en la sociedad actual, marcada por esa corrección política que venimos subrayando. Jiménez Sánchez (2020, 147), lejos de decepcionar, señala que uno de esos desafíos es la conformación de la opinión pública de manera arbitraria, en lugar de racional, algo parecido a tener más en cuenta los sentimientos de tu público que su capacidad de dilucidar la lógica en tus argumentos. Así pues, esto comporta que las personas pueden formar su opinión sin tener en cuenta las razones y los argumentos, lo que puede dificultar la persuasión a través de la retórica. Asimismo, menciona que el peligro fundamental para los discursos actuales no vendría de un uso sofístico del lenguaje, sino de la posibilidad de una comprensión impropia del mundo que afectaría, además, a nuestra forma de comportarnos (de ahí que un discurso políticamente incorrecto sea rechazado o censurado de manera sistemática). Esto sugiere que la retórica puede ser utilizada de manera inapropiada para manipular a la opinión pública y que la comprensión adecuada del mundo es esencial para evitarlo.

En conclusión, sabiendo que la retórica es un arma de doble filo, será crucial conocer las intenciones de su uso, puesto que en la sociedad actual la opinión y las convicciones del público son un factor elemental a tener en cuenta a la hora de desarrollar un discurso político. De esta forma, para el siguiente apartado hemos querido evidenciar la importancia de la retórica en el derecho, no sin antes conocer mínimamente la relación del derecho y la política. Según Valdivia, J.C. (1990, 16):

La relación entre derecho y política es estrecha y compleja, pero se puede decir que la política es el arte de gobernar y el derecho es el conjunto de normas que regulan la conducta social hacia determinados fines. Además, la política implica esencialmente el acto de gobernar, y gobernar no es solo dictar leyes sino también hacerlas cumplir.

4. RETÓRICA JURÍDICA: PERSUASIÓN, LEGALIDAD Y MORALIDAD.

4.1. LA ORATORIA COMO PILAR FUNDAMENTAL DEL DERECHO

Según lo aportado por García Alguacil, M.J. (2016,3) en el *V Encuentro Latinoamericano de Metodología de las Ciencias Sociales*, la oratoria constituye una herramienta de gran utilidad en el mundo del derecho, pues hablar con soltura, agilidad y determinación es en gran cantidad de casos la clave del éxito, siempre y cuando estas destrezas vengan precedidas de un amplio y experimentado conocimiento de la ley y jurisprudencia correspondientes.

Si bien en el encuentro no se habló de retórica como tal, se menciona que la oratoria como arte de hablar en público jamás pasará de moda dado que el habla humana no tiene sustitutos. De tomar este punto de partida por válido, resultará pertinente analizar la incidencia de la retórica en el ámbito jurídico. Así pues, podríamos preguntarnos acerca de qué es en realidad la retórica jurídica. Variedad de estudios intentan abordar esta cuestión, de modo que resulta complicado aportar una respuesta capaz de entender su sentido de manera global. Ribeiro Toral, G. (2012, 26) lo define de la siguiente manera:

La retórica jurídica es una técnica de argumentación y un modo de construir la verdad. La retórica jurídica que se propone en el artículo concibe el lenguaje como un proceso de construcción en el que la competencia lingüística, entendida como la capacidad de actuar lingüísticamente del sujeto, constituye el eje fundamental de las prácticas discursivas jurídicas. Proponemos que el discurso del lenguaje legal es una construcción en permanente desarrollo, oponiéndonos a la idea del lenguaje como algo dado.

De esta forma, como viene siendo común a lo largo del documento, se afirma que la retórica es importante en el ámbito legal porque permite a los abogados y jueces utilizar el lenguaje de manera efectiva para persuadir a los demás y construir argumentos sólidos. Y es que este hecho, en cierto modo, da sentido a afirmar que la competencia lingüística constituye “el eje fundamental de las prácticas discursivas”. De acuerdo con Ribeiro Toral, G. (2012, 29), la

construcción del sentido del enunciado legal se realiza desde la intencionalidad de la denominada tríada procesal. En ella se producen tres argumentaciones jurídicas que construyen tres mundos posibles, y a su vez tres diferentes soluciones a un mismo problema (factores que serán valorados retóricamente para elegir entre ellos).

Ribeiro Toral, G. (2012, 221) establece de modo concluyente una serie de requerimientos que deben estar presentes en la argumentación jurídica retórica eficaz:

1. La condición polisémica de la palabra.
2. La característica de generalidad y abstracción de la ley en relación con el caso concreto y particular: de lo abstracto de la ley a lo concreto de su aplicación.
3. La presencia de diversos sujetos hablantes contenidos en el enunciado.
4. El privilegiar uno u otro sentido proveniente de los diversos sujetos hablantes en el enunciado.

No obstante, ¿qué evidencias retóricas podemos encontrar en las dialécticas jurídicas? ¿Acaso existen figuras retóricas o recursos de preferencia entre los letrados y magistrados?

Poblet, M. (1998, 5) analiza los diálogos de conformidad en los juicios utilizando un ejemplo:

Abogado: “¿No me ofreces nada?”

Fiscal: “Es un delito continuado...”

Abogado: “Hombre, ponle seis meses y un día”

Fiscal: “Pero si es un delito continuado, cómo van a ser seis meses y un día”

Juez: **“Pero el delito continuado, no quiero influir, es un poco lábil”**

Fiscal: **“Siete meses”**

Abogado: “Antes hacíais rebajas mejores”

Fiscal: “Es una ganga”

La intervención del juez en mitad de la negociación entre el abogado y el fiscal (un hecho significativo por su carácter inusual) desencadena la inferencia que este último hace: si el magistrado duda de la comisión del delito tal y como es presentada por el fiscal y así lo hace saber a ambas partes aprovechando una pausa, será difícil que admita la calificación jurídica del fiscal al término de la vista oral. En consecuencia, por lo que al fiscal se refiere, ya que la probabilidad de obtener una sentencia de conformidad con su petición es muy escasa (se trata tan sólo de una conjetura, pero una conjetura suficientemente plausible) conviene modificar el contenido de la acusación. En definitiva, lo que desencadena la inferencia del fiscal no es únicamente la expresión del magistrado sino también la comprensión de las circunstancias en las que ha sido proferida. En este sentido, hay que añadir que la flexibilidad con la que el fiscal actúa es el resultado de aquella percepción.

De este modo, hemos visto un análisis y una interpretación de cómo la oratoria (más bien los planteamientos del discurso) concentra en sí una gran importancia a la hora de desarrollar y esbozar una estrategia jurídica.

De todas formas, hemos considerado relevante analizar y comprobar estos hechos por medio de dos entrevistas: Carlos Enrique Guía Marqués y María del Carmen Royo Rabadán, abogados fundadores del despacho *Andorra Gestión S.L.* (Guía-Royo Abogados).

4.2. ENTREVISTA A Carlos Enrique Guía Marqués y M^a del Carmen Royo Rabadán (abogados fundadores del despacho *Guía-Royo Abogados*).

ENTREVISTA A Carlos Enrique Guía Marqués

Pablo Guía (entrevistador): **¿Qué influencia crees que tiene el correcto (o inteligente) uso de la retórica en el derecho en general?**

Carlos Guía (entrevistado): En su día tenía mucha, hoy poca. El nivel cultural de la gente era menor que al actual y tenía más importancia la prueba oral que la física; el uso de la retórica, argumentando bien, y llevando la cuestión a tu terreno, hacía aumentar tus garantías de éxito. Actualmente, en el mundo del derecho, la relevancia de la retórica es menos notoria. Esto se debe a que las interacciones son, a menudo, digitales y telemáticas quedando muy poco margen para la argumentación, salvo excepciones, como siempre.

Pablo Guía (entrevistador): **¿Ha habido algún caso, sin entrar en detalles, en el que destagues tu uso de la retórica por encima de todo lo demás? ¿Por qué?**

Carlos Guía (entrevistado): En realidad, muchos, pues a pesar de todo, hay ocasiones en las que el uso de la retórica pone en evidencia los fallos del contrario; y por tanto puedes hablar en favor de tu cliente argumentando las contradicciones que se ponen de manifiesto.

El contrario se empecina en discutir una cuestión legal con el magistrado. El magistrado le hace ver que está confundido. El abogado contrario insiste en su argumentación.

Cuando llega mi turno (abogado), recojo los argumentos fallidos del contrario y refuerzo la postura del magistrado, haciendo que este, inicialmente, esté a mi favor.

Pablo Guía (entrevistador): **¿Dirías que la retórica en abogacía y judicatura son radicalmente distintas? ¿O el proceder y el desarrollo de los discursos son similares?**

Carlos Guía (entrevistado): No lo veo así, veo que lo radicalmente distinto está en las personas que utilizan la retórica: hay jueces que la usan profusamente con un lenguaje excesivamente técnico, como si estuvieran en la torre de un castillo, evitando que se comprenda su argumentación por parte del común de la gente. Hay abogados que también comparten esta forma de proceder, lo cual tiene cierto valor si el juez sabe entenderla y no produce ningún efecto en el mismo si este desconecta.

También sucede al revés, que hay abogados y jueces que prefieren hacer un uso de la retórica más argumentativo y educativo para que su mensaje se transmita de la manera más efectiva a todo el mundo.

Pablo Guía (entrevistador): **¿De qué manera crees que influye el deber de defender a un cliente en la retórica del abogado? ¿Sueles seguir algún patrón de habla o de discurso?**

Carlos Guía (entrevistado): Influye siempre, especialmente, enlazando con la pregunta anterior, porque tienes que hacer comprender a tu cliente tu argumentación, y que es, por encima de todo, en su beneficio.

Cada caso es un mundo, y cada caso requiere que adecúes la argumentación retórica a la necesidad concreta de ese momento.

Los abogados utilizan metáforas, antítesis y demás figuras retóricas según convenga a la argumentación en beneficio del cliente.

ENTREVISTA A María del Carmen Royo Rabadán

Pablo Guía (entrevistador): **Sabiendo que quizás cuando se ejerce de oficio la presión es mayor, ¿consideras que la retórica del abogado público debe ser más efectiva (o inteligente) que en otros casos? ¿O procedes de la misma manera que cuando tratas casos en tu despacho con más tranquilidad?**

Carmen Royo (entrevistada): Se procede de la misma manera si se es un abogado honesto, se trate de un cliente de pago o del turno de oficio.

El deber del abogado de defender con todos los argumentos al cliente (impuesto en el código deontológico de la profesión) no distingue entre una u otra clase de defendidos.

La retórica no depende de la clase de cliente, más bien de las posibilidades y herramientas de defensa que tengamos a nuestro alcance. Muchas veces no solo se trata de las pruebas que obran en contra del defendido, sino también de las que no existen, ya que lo que no existe como acusatorio ampara la presunción de inocencia.

Considerando el derecho penal como punto de partida, no es la presión el determinante en tanto al tipo de cliente, sino que aquello que la comporta es la gravedad de la acusación penal o ilícito civil de los que haya que defender al cliente.

Pablo Guía (entrevistador): **¿Crees que existe alguna relación o repercusión de la retórica jurídica con respecto a un posible reflejo social?**

Carmen Royo (entrevistada): Hay que partir de la base de que la sociedad se rige por normas de convivencia que se apoyan en leyes, leyes que tienen un innegable respaldo jurídico.

Por ejemplo, no está permitido beber alcohol en la vía pública debido a que interfiere negativamente en la convivencia social (molestias a los vecinos), a menudo se adquiere por

menores de edad y se abandonan multitud de residuos que a posteriori son recogidos por trabajadores públicos.

Las leyes son compendios de obligaciones y de derechos que tienen una base jurídica.

La manera en que se desarrolla un discurso en el ámbito jurídico puede ser de utilidad para que la sociedad tenga una mejor comprensión del fundamento de la norma; es decir, el porqué se ha legislado una materia de la manera en que se ha hecho. Esto servirá para alcanzar una mayor adhesión social en lo que al respeto de la normativa se refiere.

Pablo Guía (entrevistador): **A menudo la retórica del abogado puede verse influenciada (o no) por el seguimiento de unos valores morales (supuestamente marcados por la ley). ¿Alguna vez te has visto en la tesitura de abandonar ciertos valores morales en favor de un discurso capaz de persuadir, y por tanto capaz de beneficiar al cliente?**

Carmen Royo (entrevistada): Ciertamente es un tema complejo al que no se puede dar una respuesta dicotómica (ni blanco ni negro). La obligación de un letrado de la defensa penal es defender con todas las herramientas posibles a su cliente debiendo dejar a un lado sus convicciones morales.

El discurso de una defensa “que va en contra de tu moralidad” puede venir dado por la solidez de las pruebas (como todos los discursos en realidad) que exculpen al cliente, y/o la solidez de las que lo incriminen. En ese equilibrio de pruebas acusatorias y presunción de inocencia es en el que la figura del abogado tiene que articular su retórica con la única intención de proporcionar al cliente la mejor defensa posible.

La convicción de que todo el mundo es inocente mientras no haya pruebas sólidas que demuestren lo contrario (presunción constitucional de inocencia) es lo que me ha llevado a tener que modificar mi discurso en aquellos casos que pueden haber comprometido mi defensa de los valores morales.

Sin embargo, como en toda norma, hay excepciones:

Si me hubiera tocado defender a Norbert Feher, alias Igor el Ruso, hubiera renunciado, pues se le acusó de tres asesinatos de personas conocidas para mí y eso, además de traumatizar a la localidad en la que vivo, hubiera comprometido seriamente mi independencia moral para defender a esa persona con las debidas garantías.*

**Norbert Feher es un exmilitar serbio que cometió un triple asesinato en la localidad de Andorra (Teruel) a finales del año 2017, el cual traumatizó durante un largo periodo de tiempo a los vecinos andorranos.*

4.3. RETÓRICA JURÍDICA: CONCLUSIÓN

La utilización de estrategias retóricas y recursos léxicos en el entramado jurídico (como hemos podido comprobar) compone un amplio conjunto de herramientas de variada utilidad a la hora de no únicamente desarrollar el papel legal correspondiente, sino también de alcanzar el fin elemental de la retórica, que es la persuasión o el convencimiento de un público dado. Por contra, el abogado Carlos Guía en su entrevista hace alusión a que la retórica, tal y como se dan las circunstancias a día de hoy, es menos efectiva que antaño. Esto lo justifica afirmando que actualmente los recursos digitales tienen más peso, dado que muchas reuniones se dan telemáticamente, lo que otorga poco margen de actuación a una buena argumentación, exceptuando algunos casos. Por consiguiente, los recursos léxicos de los que poder sacar partido, según las apreciaciones del abogado, se ven reducidos o, como mínimo, severamente modificados. No obstante, Carlos Guía destaca uno de los recursos que más eficiente le resulta, que es observar el discurso de la parte contraria para elaborar una argumentación sólida que ponga al magistrado a su favor desde el principio.

Por otro lado, la abogada Carmen Royo hace hincapié en la independencia que el discurso del letrado debe tener cualesquiera que sean las situaciones que enfrenta. Afirma que un abogado, esté bajo presión o no, debe actuar bajo un principio de honestidad. Además, en otra pregunta de la entrevista, nos ofrece un punto de vista curioso acerca del reflejo social que puede tener la retórica en la elaboración y aplicación de la ley. Aprecia que la forma en que un discurso jurídico se desarrolla puede ser de utilidad para que los ciudadanos comprendan fácilmente la norma y su fundamento (por qué se ha legislado algo y por qué se ha legislado así). Destaca que conseguir la adhesión de la sociedad a la ley comporta un estricto respeto a la misma, de modo que la adhesión puede ser propulsada por medio de un discurso cuyos aspectos lingüísticos sean capaces de promulgar un mensaje claro y comprensible.

En consecuencia, constatando la información obtenida en las entrevistas con la investigación acerca de la oratoria en el primer subapartado, podemos concluir en que, precisamente, la oratoria, unida a un meticuloso conocimiento y manejo de la ley y la jurisprudencia, es el principal medio por el que la retórica jurídica desarrolla su obra; una retórica dirigida a un público concreto (personalidades legales) y no a la sociedad en su conjunto, pero también una retórica que, como apunta Carmen Royo, sirve y servirá para que el conjunto de los ciudadanos comprenda que la ley es así, cómo es así y por qué es así.

5. CONCLUSIONES

La retórica, en todos sus ámbitos de actuación, se determina como una herramienta influyente y poderosa que ha sido utilizada desde la antigüedad para persuadir a las personas y orientarlas hacia una forma de actuar concreta (en función del discurso que se haya elaborado). A lo largo de la historia, hemos visto como esta disciplina ha sido capaz de mantener su presencia en diferentes áreas sociales, como el derecho, la política, los medios de comunicación y la sociedad en general.

Así, en el terreno jurídico, la retórica ha encontrado su utilidad en persuadir a los jueces en los procedimientos judiciales, en donde los abogados se han valido de diferentes estrategias oratorias para ratificar la inocencia o culpabilidad de sus clientes. Así, en este sentido, la retórica puede observarse como una herramienta que, o bien sirve para hacer justicia, o bien sirve para manipularla.

Por otro lado, en el ámbito político, la retórica ha sido utilizada por los líderes políticos para persuadir a los ciudadanos de sus ideas y propuestas. Los discursos políticos son un ejemplo claro de cómo se utiliza la retórica para convencer a las personas de votar por un determinado candidato o partido político. dicho lo cual, esta disciplina puede ser vista como una herramienta que puede ser utilizada tanto para promover el bienestar común como para guiar a las masas hacia determinada vertiente de pensamiento; todo depende de los intereses del orador.

Continuando, en el campo mediático o de los medios de comunicación, influir en la opinión pública se encuentra entre los más destacados objetivos de la retórica. Los diferentes medios (digitales, físicos), paréntesis modula el lenguaje y su discurso para hacer que sus consumidores se vean atraídos por un punto de vista determinado a la hora de analizar temas de actualidad especialmente. por tanto, es de suma importancia considerar la peligrosidad de la retórica en el periodismo, pues esta tiene un doble filo: la información y la desinformación. De igual manera, hemos podido observar que en la política los oradores actúan detrás de un fin que también es de carácter persuasivo, con la ligera variación de que en este caso los políticos, y hoy más que nunca, quizá sean quienes más deben cuidar su retórica (en relación a elaborar un discurso arbitrario que tenga en cuenta la opinión pública, tratando de evitar caer en argumentaciones políticamente incorrectas).

De esta forma, cuando la retórica incide en la sociedad en general, ponemos el foco en las redes sociales, que son un ejemplo claro de cómo se recurre a la modulación del discurso para persuadir a un público de ideas y opiniones premeditadas. Como hemos ido comprobando, la retórica vuelve a ser un arma dicotómica, de doble filo, pues puede ser utilizada tanto para fomentar el diálogo y el debate constructivo como para la polarización y confrontación.

En conclusión, la influencia de la retórica en la sociedad es innegable. La retórica ha sido utilizada desde la antigüedad para persuadir a las personas y orientarlas hacia una determinada forma de actuar o de pensar. Sin embargo, es relevante tener en cuenta que es una herramienta cuyo objetivo puede ser tanto honesto como portador de intereses premeditados. Por lo tanto, es fundamental que seamos críticos con los discursos que escuchamos, y analicemos cuidadosamente las técnicas retóricas que se utilizan en ellos. Solo así podremos tomar decisiones informadas y contribuir al desarrollo de una sociedad que albergue una mayor capacidad crítica en sus razonamientos.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bazán, J. L. (2015). *DISCURSO DEL ODIO, CORRECCIÓN POLÍTICA Y LIBERTAD DE EXPRESIÓN*. Nueva Revista. 152, pp. 162-176. Recuperado de <https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/4318/discursoodio.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Brea, G. (2018). *La oratoria jurídica y el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación*. Revista Digital La Pasión del Saber. 8(4), pp. 15-24. Recuperado de <https://lapasiondelsaber.ujap.edu.ve/index.php/lapasiondelsaber-ojs/article/view/72>
- Corti, A. M. (2000). *Socialización e integración social*. Red de Revistas científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal. 1(2), pp. 90-105. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/184/18400209.pdf>
- Fundéu BBVA. (2011). *VI SEMINARIO INTERNACIONAL DE LENGUA Y PERIODISMO. "El periodismo y el lenguaje políticamente correcto". CONCLUSIONES*. Fundación San Millán de la Cogolla. Recuperado de <https://www.fundeu.es/wp-content/uploads/2016/04/Conclusiones-Seminario-El-periodismo-y-el-lenguaje-politicamente-correcto.pdf>
- García, F. (2005). *Una aproximación a la historia de la retórica*. ICONO 14. Revista de comunicación y tecnologías emergentes. 3(1), pp. 1-28. Recuperado de <https://lapasiondelsaber.ujap.edu.ve/index.php/lapasiondelsaber-ojs/article/view/72>
- García, M. J. (2016). *La oratoria y el debate jurídico: nuevos instrumentos en el grado en derecho*. V Encuentro Latinoamericano de Metodología de las Ciencias sociales. Mendoza, Argentina. Métodos, metodologías y nuevas epistemologías en las ciencias sociales: desafíos para el conocimiento profundo de Nuestra América. En Memoria de América. Recuperado de https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.8446/ev.8446.pdf

- Jiménez, J. J. (2020). *La retórica como política*. Doxa. Cuadernos de Filosofía del Derecho. 43, pp. 133-157. Recuperado de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/106965/1/Doxa_2020_43_06.pdf
- Martínez, E. (2012). *ANÁLISIS DEL LÉXICO EMPLEADO EN LOS TITULARES DE LA PRENSA POPULAR COLOMBIANA*. [Artículo académico, University of Michigan-Dearborn] Recuperado de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/28728/1/ELUA_26_07.pdf
- Padilla, C. (2022). *Retórica, moral y naturaleza humana en la sofística del mundo griego antiguo*. Revista Filosofía UIS, 21(1), pp. 218-240. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/356542952_Retorica_moral_y_naturaleza_humana_en_la_sofistica_del_mundo_griego_antiguo_Rhetoric_Moral_and_Human_Nature_in_the_Sophistic_of_the_Ancient_Greek_World
- Poblet, M. (1998). *Las formas retóricas del discurso jurídico. Una descripción etnográfica*. Universitat Autònoma de Barcelona. Working Paper, 147. Recuperado de https://www.icps.cat/archivos/WorkingPapers/WP_I_147.pdf?noga=1
- Ribeiro, G. (2012). *Retórica del discurso jurídico*. Revista de Derecho: Publicación de la Facultad de Derecho de la Universidad Católica de Uruguay. 7, pp. 203-226. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6119853>
- Ribeiro, G. (2012). *Retórica jurídica*. Acta Universitaria. Dirección de Apoyo a la Investigación y al Posgrado. 22(1), pp.26-34. Recuperado de <http://www.actauniversitaria.ugto.mx/index.php/acta/article/view/308/284>
- Santana, J. (1997). *¿"Politically correct" o "lexically disadvantaged"? Los mecanismos léxicos de la corrección política en inglés y otras estrategias de ocultación lingüística de la realidad*. Recuperado de https://www.ugr.es/~jsantana/publicaciones/political_correctness.htm

Especial agradecimiento a Raquel Holgado Cárdenas, Carlos Enrique Guía Marqués, M^a del Carmen Royo Rabadán e Isaac Gómez Laguna por su colaboración en el documento.